

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring dengan perkembangan jaman, dunia dituntut untuk selalu melakukan perubahan. Baik perubahan dalam bidang ilmu pendidikan, ekonomi, teknologi, dan perubahan dalam bidang lainnya. Salah satu wujud dari perubahan di bidang ekonomi adalah perdagangan bebas. Banyaknya perusahaan asing yang masuk ke Indonesia menunjukkan bahwa perubahan perdagangan juga berlaku di Indonesia. Adanya perubahan ini menyebabkan sektor jasa menjadi sangat penting dan menjadi senjata bagi perusahaan untuk bersaing. Kualitas jasa menjadi suatu usaha untuk merebut hati konsumen, bahkan bagi perusahaan yang fokus utamanya menawarkan barang berwujud. Jasa tersebut dapat berupa pelayanan ketika konsumen akan melakukan pembelian, ketika konsumen melakukan pembelian, dan setelah konsumen melakukan pembelian. Kualitas jasa atau pelayanan tersebut memiliki peranan yang besar terhadap pelayanan jasa konsumen.

Kemampuan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam pelaksanaan pelayanan sektor swasta maupun publik, pelayanan yang berkualitas merupakan senjata utama untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka konsumen baru akan datang dan konsumen yang lama akan menjadi pelanggan. Tidak berlebihan jika dalam pepatah dikatakan bahwa “Konsumen Adalah Raja”. Sebagaimana

halnya seorang raja, maka konsumen harus dilayani sebaik mungkin. Terutama di masa sekarang ini, di mana masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan produk dan jasa, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi yang bagus untuk menarik konsumen.

Salah satu hal yang perlu diperbaharui dalam rangka meningkatkan pelayanan adalah kinerja dari pegawai. Setiap perusahaan yang ingin meningkatkan kualitas pelayanan, apakah perusahaan swasta maupun perusahaan milik pemerintah (instansi pemerintah), maka yang sangat penting diperbaharui adalah kualitas sumber daya manusianya. Sehingga kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar pelayanan jasa pelanggan dapat terpenuhi.

Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan

perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kemampuan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam pelaksanaan pelayanan sektor swasta maupun publik, pelayanan yang berkualitas merupakan senjata utama untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka konsumen baru akan datang dan konsumen yang lama akan menjadi pelanggan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya pelayanan jasa pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan pelayanan jasa yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Kotler, 2002:83).

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan para pelanggan atas layanan yang diterimanya. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka

harapkan. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik adalah dimana saat perusahaan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan agar terpenuhinya permintaan dan harapan konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan konsumen sehingga tidak menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan. Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar konsumen adalah bahan bakar, karena bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan manusia dalam menunjang segala aktifitasnya. Bahan bakar digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya. Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang dengan baik transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital, dapat dilihat dari jumlah pengendara kendaraan pribadi yang terus meningkat terutama kendaraan roda dua atau sepeda motor.

Dalam hal ini SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan. Produk BBM yang dijual di SPBU selain perlu dijamin kualitasnya juga perlu dijamin ketersediaan stoknya di SPBU yang selalu disesuaikan dengan kebutuhan kendaraan konsumen dan berada di bawah pengawasan Pertamina. Proses peningkatan layanan dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat jumlah

SPBU yang sangat banyak di Indonesia. SPBU selalu memberikan inovasi brand image. Salah satu inovasinya adalah SPBU Universitas Muhammadiyah.

SPBU Universitas Muhammadiyah Malang adalah SPBU yang telah tersertifikasi dan telah memenuhi standar pelayanan. Standar pelayanan SPBU Universitas Muhammadiyah Malang meliputi: 1) bukti fisik (*Tangible*) dimana SPBU Universitas Muhammadiyah Malang memiliki bangunan SPBU yang luas, tersedianya parkir, kelengkapan sarana penunjang (Toilet, mushola) dan kerapian seragam pegawai SPBU; 2) kehandalan (*Reliability*) meliputi akurasi ukuran pengisian BBM, kecepatan pelayanan dalam pengisian bensin, waktu pelayanan 24 jam; 3) daya tanggap (*responsiveness*) meliputi tindakan pegawai SPBU yang tanggap ketika konsumen sedang menghadapi masalah, ketanggapan mengurai antrian yang panjang dan kecepatan menangan keluhan konsumen; 4) jaminan (*assurance*) meliputi adanya security yang menjaga keamanan dan bertugas menyeberangkan konsumen dan masuk dan keluar SPBU; 5) perhatian (*empathy*) meliputi pemberian pelayanan yang tidak pilih kasih, pelayanan atas keluhan dan kebutuhan konsumen.

Penjualan BBM di SPBU Universitas Muhammadiyah Malang terdiri dari Pertamax, Solar, Premium pada bulan Januari-Februari 2016 mengalami peningkatan penjualan, dimana penjualan Pertamax, Solar, Premium rata-rata per harinya mencapai 500 liter (sumber : pegawai SPBU Universitas Muhammadiyah Malang).

Konsumen SPBU Universitas Muhammadiyah Malang mengharapkan kualitas dan kuantitas BBM yang terjamin, pelayanan yang ramah, fasilitas nyaman untuk mencapai pelayanan jasanya. Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk pelayanan jasa pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka pelayanan jasa yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen semakin tinggi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peningkatan pelayanan peran yang besar bagi keberhasilan suatu perusahaan di bidang perSPBUan di era kemajuan teknologi ini. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari pelayanan jasa konsumen untuk tetap menjadi konsumen pada suatu SPBU, maka dari itu penulis tertarik meneliti tentang : **“Kualitas Pelayanan Pada SPBU Universitas Muhammadiyah Malang.”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana kualitas pelayanan pada SPBU Universitas Muhammadiyah Malang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendiskripsikan kualitas pelayanan pada SPBU Universitas Muhammadiyah Malang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi SPBU Universitas Muhammadiyah Malang, mendapatkan masukan tentang pengukuran kualitas pelayanan publik dalam kualitas pelayanan kepada konsumen SPBU dan dapat memberikan manfaat dalam menetapkan kualitas pelayanan.
2. Sebagai tambahan bahan referensi atau dijadikan sebagai wahana untuk mengembangkan pengetahuan, khususnya bidang penjualan pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian terutama mengenai kualitas pelayanan.

